

Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение Тюменской области  
«Тюменский колледж транспортных технологий и сервиса»

СОГЛАСОВАНО:  
заместитель управляющего директора  
по кадрам и социальным вопросам  
АО «ГМС Нефтемаш»

  
\_\_\_\_\_ Н.В. Глобина

« 19 » \_\_\_\_\_ 04 \_\_\_\_\_ 2023 г.

М.П.



УТВЕРЖДАЮ:  
заместитель директора  
по учебно - производственной  
работе

  
\_\_\_\_\_ Н.Ф. Борзенко

« 19 » \_\_\_\_\_ 04 \_\_\_\_\_ 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебная дисциплина ОП.19 Персональный маркетинг. Создание бренда личности /ИОТ/

специальность 22.02.06 Сварочное производство

Тюмень 2023

Рабочая программа дисциплины ОП.19 Персональный маркетинг. Создание бренда личности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 22.02.06 Сварочное производство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2014 г. N 360.

Рассмотрена на заседании ПЦК общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Организация – разработчик: ГАПОУ ТО «ТКТТС»

Разработчик: Акобян Л.Г., преподаватель первой квалификационной категории ГАПОУ ТО «Тюменский колледж транспортных технологий и сервиса».

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.19 Персональный маркетинг. Создание бренда личности является частью основной образовательной программы СПО 22.02.06 Сварочное производство.

Программа учебной дисциплины ОП.19 Персональный маркетинг. Создание бренда личности может быть использована при формировании индивидуальной образовательной траектории обучающихся данной специальности, по программам ДПО соответствующего направления подготовки.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам *(введена за счет часов вариативного компонента)*.

## **1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины**

В соответствии с требованиями ФГОС по специальности 22.02.06 Сварочное производство при освоении учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- 1) выделять особенности персонального маркетинга;
- 2) определять основные архетипы применительно к личному бренду;
- 3) применять инструменты создания личного бренда;
- 4) прорабатывать стратегические аспекты личного бренда.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- 1) этапы создания личного бренда;
- 2) принципы персонального маркетинга и его значимости в профессиональной деятельности;
- 3) основные элементы, входящие в личный бренд;
- 4) методы развития и расширения личного бренда;
- 5) основные подходы и концепции персонального брендинга;
- 6) критерии отличия эффективного личного бренда от неэффективного;
- 7) формулу личного бренда;
- 8) основные методы диагностики личности;
- 9) основные модели идентичности в брендинге;
- 10) основные аспекты Я-концепции.

В результате изучения дисциплины у обучающихся развиваются общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 56 часов

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 38 часа,

самостоятельная работа – 18 часов

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>56</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>38</b>
в том числе:	
теоретическое обучение	<b>24</b>
практические занятия	<b>14</b>
контрольные работы	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>18</b>
в том числе:	
Разработка Основного якоря своей карьеры	4
Тест «Я-концепция»	4
Разработка личного бренда	6
Подготовка к зачетному занятию	4
<b>Консультации</b>	-
<b>Промежуточная аттестация в форме защиты проектов (другая форма контроля)</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Персональный маркетинг. Создание личного бренда»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Основы персонального маркетинга</b>		<b>56</b>	
Тема 1.1. Введение в предмет. Основные этапы создания персонального бренда.	Эволюция развития бизнеса. Предпосылки возникновения концепции персонального брендинга. Соотнесение понятий маркетинг и брендинг. Подходы к построению персонального бренда. Эволюция концепций в области персонального маркетинга и брендинга.	2	2
Тема 1.2. Подходы к определению личной/профессиональной уникальности.	Смысловое поле и определение понятий «персональный бренд», «аутентичный персональный бренд». Формула персонального бренда. Основные черты эффективного персонального бренда.	2	2
Тема 1.3 Стратегия персонального бренда.	Уровни развития персонального бренда. Основные этапы разработки персонального бренда. Понятие самопроектирования. Основные методы диагностики личности.	2	2
	<b>Практические занятия</b> №1. Тренинг «Основные якоря моей профессии», «Я в своей профессиональной деятельности»	2	
Тема 1.4. Междисциплинарные аспекты разработки личного бренда.	Профессиональное самоопределение, выбор приоритетного направления деятельности на основе персональной идентичности. Квадрант денежного потока Р. Кийосаки.	2	
	<b>Практические занятия</b> №2. Квадрант денежного потока Р. Кийосаки	2	
Тема 1.5. Основные модели компетенций.	Профессиональная Я-концепция. Якорная модель профессионального развития. Сопоставление ценностей персонального бренда и выбранной компании.	2	2
	<b>Практические занятия</b> № 3. Решение ситуационных задач.	2	
Тема 1.6. Важность развития эмоционального интеллекта.	Внешний вид молодого специалиста. Раскрытие идентичности в одежде в соответствии с профессиональной областью и дресс-кодом	2	2
	<b>Практические занятия</b> №4 Психологический тренинг «Я выгляжу как профессионал»	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Определить, описать и проявить основные «якоря» профессиональной деятельности сварщика	4	
Тема 1.7. Имидж молодого специалиста	Самопрезентация, позиционирование, вербальные навыки молодого специалиста.	2	2
	<b>Практические занятия</b> № 5 Психологическая игра «Импровизация»	2	
Тема 1.8. Идентичность как основа персонального брендинга.	Понятия индивидуальности, идентификации и идентичности. Основные модели идентичности в персональном брендинге.	2	1
	<b>Практические занятия</b> № 6 Имидж молодого специалиста	2	

Тема 1.9. Архетипы в персональном брендинге.	Использование теории архетипов в брендинге. Описание основных архетипов: их отличительные характеристики, уровни, возможные способы проявления. Разбор примеров архетипов известных личностей.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Разработка концепции личного бренда сварщика. Подготовка элементов личного бренда	4	
Тема 1.10. Разработка стратегии и способов продвижения персонального бренда	STP-модель в персональном брендинге. Миссия и видение персонального бренда. Личные и персональные цели по SMART.	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Создание личного бренда	6	
Тема 1.11. Позиционирование персонального бренда.	Понятие целевой аудитории и целевых групп. SWOT- анализ. Комплекс маркетинга (4, 7 P). Основные онлайн и офлайн каналы продвижения персонального бренда.	2	2
Тема 1.12 Я-бренд	Трансляция характерных особенностей я-бренда через основные каналы продвижения (сайт, соц.сети, специализированные ресурсы и т.д.).	2	2
	<b>Практические занятия</b> № 7 Диагностика социально-психологического климата в команде	2	
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовка к зачетному занятию	4	
<b>Консультации</b>		-	
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>56</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Для реализации программы предусмотрен кабинет социально-экономических дисциплин

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплект дисциплины.
- комплект учебно-методической документации,
- раздаточный материал к практическим работам.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры с выходом в Интернет,
- проектор, экран,
- доска

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Морозова А.Л. Технология создания и развития личного бренда для специалистов, экспертов, предпринимателей.- М.:Русайнс, 2021.- 102 с
2. Саленбахер Ю. Создайте личный бренд. Как находить возможности, развиваться и выделяться.- М.: МИФ, 2021.- 240 с



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуального проекта

	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	1	2
	<b>Умения:</b>	
У 1	<i>выделять особенности персонального маркетинга;</i>	Практические занятия № 1, 2, 4, 5 Самостоятельная работа по темам: 1.3, 1.6
У 2	<i>определять основные архетипы применительно к личному бренду;</i>	Практические занятия № 1,3,5 Самостоятельная работа по темам: 1.8
У 3	<i>применять инструменты создания личного бренда;</i>	Практические занятия № 4,6,7
У 4	<i>прорабатывать стратегические аспекты личного бренда.</i>	Практические занятия № 1,4,7 Самостоятельная работа по темам 1.5, 1.8, 1.9.
	<b>Знания:</b>	
З 1	<i>этапы создания личного бренда;</i>	Практические занятия № 1,
З 2	<i>принципы персонального маркетинга и его значимости в профессиональной деятельности;</i>	Практическое занятие № 3, 4 Самостоятельная работа по темам: 1.6
З 3	<i>основные элементы, входящие в личный бренд;</i>	Практическое занятие № 2, 4
З 4	<i>методы развития и расширения личного бренда;</i>	Практические занятия № 2,
З 5	<i>основные подходы и концепции персонального брендинга;</i>	Самостоятельная работа по темам: 1.2, 1.4, 1.6
З 6	<i>критерии отличия эффективного личного бренда от неэффективного;</i>	Самостоятельная работа по темам: 1.10, 1.11
З 7	<i>формулу личного бренда;</i>	Практические занятия № 2,3,4
З 8	<i>основные методы диагностики личности;</i>	Практические занятия № 5,6,7
З 9	<i>основные модели идентичности в брендинге;</i>	Практические занятия № 1,4,5
З 10	<i>основные аспекты Я-концепции.</i>	Практические занятия № 2,3,4

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения, позволяющие проверять у обучающихся развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.		
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- демонстрация умений применять инструменты командообразования на практических занятиях	Практические занятия № 1, 3, 4, 5
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	- проявление ответственности за результаты собственных исследований; - демонстрация осознанной точки зрения при участии в обсуждениях, ролевой игре, тренингах	Практические занятия № 1-5
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- умение самостоятельно работать с информацией, отделять главную информацию от второстепенной. - умение анализировать результаты исследования	Самостоятельная работа по темам: 1.6,1.9,1.10
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- демонстрация умений использовать полученные знания при выполнении итогового творческого задания	Зачетное занятие